

Dokumen Karya Ilmiah | Tugas Akhir | Program Studi Desain Komunikasi Visual - S1 | Fakultas Ilmu Komputer | Universitas Dian Nuswantoro
Semarang | 2014

Perancangan Media Komunikasi sebagai Brand Extension MiuLan Hijab untuk Menambah Segmen Pasar Baru

DANANG KUSUMAZANI

*Program Studi Desain Komunikasi Visual - S1, Fakultas Ilmu
Komputer, Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : 114201101282 @mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

MiuLan Hijab merupakan produsen jilbab untuk ibu-ibu dan remaja muslimah. Perancangan yang dilakukan adalah merancang media untuk Brand Extension yang komunikatif dan kreatif terhadap target \hat{A} -audience, sehingga efisien dalam hal pengenalan produk baru kepada segmen pasar baru. Brand Extension adalah aktifitas mengubah posisi merek ke posisi yang baru tanpa meninggalkan posisi merek yang sebelumnya atau bisa dikatakan dengan menambah posisi merek tersebut, hal ini dilakukan karena ada beberapa sebab seperti reaksi atas posisi baru pesaing, menggapai pasar baru, menangkap tren baru dan mengubah value offering. Brand Extension MiuLan hijab didasari oleh permintaan pasar terhadap jilbab khusus anak-anak, bermula dari hal ini MiuLan menjawab permintaan pasar dengan mengeluarkan jilbab khusus anak-anak. Brand Extension yang dilakukan adalah dengan merancang media komunikasi sebagai sarana untuk mengenalkan produk baru MiuLan kepada anak-anak melalui ibunya. Pengenalan produk baru MiuLan berupa jilbab anak terhadap segmen pasar baru MiuLan yaitu anak-anak menggunakan konsep kedekatan hubungan antara ibu dan anak sebagai visualisasi kreatifnya di media utama berupa banner website dan katalog digital dan media pendukung berupa flyer, katalog cetak, stiker, pin dan X-Banner.

Kata Kunci : Brand Extension, MiuLan, Jilbab Anak

Communication Media Design as Brand Extension of MiuLan Hijab for Adding New Market Segment

DANANG KUSUMAZANI

*Program Studi Desain Komunikasi Visual - S1, Fakultas Ilmu
Komputer, Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : 114201101282@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

Miulan hijab is the one of jilbab producer for moeslim both adults and teenagers. Our market strategy will have been done are to arrange and organize the media either Brand Extension it communicatively and creatively to the audience-target. So it is really efficient in terms of introducing a brand new product to the new segment market. Brand Extension is an activity in changing of brand position to brand new position without leaving an original position before, or it could be said by adding the brand position that it was. All the things should be done because of several factors like a reaction upon a contender's new position, reach new market, up to date to a new style and trend at that time, change an offering value. Re-positioning is happening based on a market offering to provide jilbab especially for children, it is starting point where miulan releases children's jilbab. It also arranges media of communication as element to blow the product up to the children through their mom. Publishing a product to the children at any reason to use a closer even an emotional relation between mother and daughter as a visual creativity on a primary media throughout a website banner and digital catalog, supporting media as well like flyer, printed catalog, sticker, pin and x-banner.

Keyword : brand extension, miulan, hijab